

「香港足球盛會2026」首場英超勁旅曼城對戰意甲班霸國際米蘭昨晚在啟德體育園主場館上演，儘管夕陽尚未西沉，園區已湧入大量人潮，不少旅客特意來港觀賽，其中來自內地其他省份的球迷在港逗留消費，有內地球迷預期在港花費約3萬港元，而啟德零售館內外被球迷擠得水洩不通，多家運動品牌快閃店與餐廳大排長龍，場面熱鬧，有球迷一口氣購入逾千元周邊產品。特區政府文化體育及旅遊局局長羅淑佩表示逾百間食肆及商店參與「票尾經濟」，料可帶動經濟，並表示擬將票尾折扣活動擴至美酒佳餚巡禮，政府會考慮引導商界推出更多聯乘活動。

●香港文匯報記者 吳健怡

商店餐廳水洩不通 內地豪客料花逾萬元買周邊產品



●晚上七時半的球賽，天未黑球迷已陸續到達啟德體育園。 香港文匯報記者萬霜靈 攝

「頭號粉絲」忙掃貨「票尾經濟」旺啟德

●浙江球迷金先生(左)剛剛結束高考，笑言此行是送給自己的成年禮物。
香港文匯報記者萬霜靈 攝



●球賽開始前，零售館內的餐廳座無虛席。
香港文匯報記者萬霜靈 攝



●零售館內外被球迷擠得水洩不通，多家運動品牌快閃店與餐廳大排長龍。
香港文匯報記者萬霜靈 攝

球賽昨晚7時30分開始，香港文匯報記者下午3時許到園區已見有不少球迷到場，趁開賽前把握最後機會「掃貨」，啟德零售館內的快閃店人龍不斷，多家運動品牌旗艦店外排了蜿蜒數圈的人龍，幾乎寸步難行。今季全新主場球衣、印有會徽的限量版圍巾、紀念水杯等均成搶購目標。館內多家餐廳亦爆滿，球迷一邊享用賽前套餐，一邊高唱隊歌，夾雜着戰術討論與歡呼聲，空氣中瀰漫着緊張又亢奮的氣息。

來自蘇州的楊小姐身穿曼城球衣，難掩興奮地表示最愛中場新星歷高奧拉利，「他在聯賽盃決賽梅開二度，表現出色，那場比賽對我來說別具意義，所以今次無論如何都要親身來跟聯賽盃獎盃合照。」她為一償心願，排隊約30分鐘，「雖然有點辛苦，但絕對值得，這也證明曼城球迷真的很多！」她更表示昨晚整夜失眠，「興奮得完全睡不着，現在心情依然高漲。」

首次踏上啟德體育園的她預計留港旅遊3天，總消費約2萬至逾3萬港元，笑言「大部分可能都會花在曼城周邊產品上」。

身穿曼城天藍色球衣的金先生來自浙江，剛

結束高考，完成人生重要關卡，形容此行是「送給自己的成年禮物」。他激動地表示自己是足球狂熱分子，但親身踏足香港頂級球場尚屬首次，「本來打算買件今季新球衣，但排隊人龍太長，可能要花上幾千元港幣，不過能近距離看一場高水平賽事，已經值回票價。」

浙江球迷大讚體育園配套佳

他對啟德體育園的配套亦讚不絕口，「內地許多大型場館周邊配套未必如此齊全，但這裏吃喝玩樂住一應俱全，地鐵直達，非常方便。希望香港未來能邀請更多頂級球隊來訪，營造更濃厚的足球氛圍。」

他透露會留港五天，已按小紅書攻略規劃深度遊，包括尖沙咀海濱打卡、中環半山漫步，以及品嚐地道茶餐廳美食，務求盡覽香港多元風貌。

羅淑佩昨日在接受電台訪問時表示，今年是世界盃年，不少球星戰至最後階段，須遵從國際足協的21天強制休息時間，球星夏蘭特出戰世界盃後未有隨隊訪港，國腳陳容難免受影響，但兩支隊伍有基本盤及號召力，主辦方也

充滿信心，經過國際邁阿密訪港後，知道只靠一個超級巨星號召，若其不能落場會令大家失望，所以現在請來的外隊是本身基本盤很強，而今次邀請的4支勁旅屬老牌球隊，均有基本盤，各自球迷基礎很強。

政府擬推動聯乘活動

她透露，曼城的公開操練遇上雨天，但仍吸引17,100人入場，有球星到訪的啟德零售館人山人海，帶動周邊商銷量，逾百間食肆及商店參與「票尾經濟」，球迷憑票尾可獲得折扣，相信能帶動經濟，而「票尾經濟」擬擴至10月舉行的美酒佳餚巡禮，詳情稍後公布，政府會考慮引導商界推出更多聯乘活動。

展望下半年，羅淑佩表示，暑假仍有博物館及演唱會等活動，踏入9月開始將有中秋節、萬聖節及聖誕節等一連串節慶，並預告為迎接特區成立30周年，今年除夕倒數定更漂亮、繽紛，一連串節慶會令城市十分閃亮。她並指出，香港9月首次主辦東盟盃賽事，中國香港隊會出場，也寄望香港運動員在亞運會有好成績。

九龍城商戶未受惠

盼政府推聯乘活動

香港文匯報訊（記者 吳健怡、崔滢）啟德體育園的足球盛事帶旺園區商戶生意，但仍未輻射至周邊區域，香港文匯報昨午在九龍城衙前圍道、南角道一帶直擊，食肆等未見人流增加，有來港觀賽球迷直言不清楚九龍城有哪些美食，園區亦無前往九龍城區的路標。有商戶期望特區政府在大型活動期間於區內舉辦更多活動，產生聯乘效應，有區議員則建議政府加大九龍城美食宣傳力度，擴大「票尾經濟」範圍並結合夜經濟，且交通配套與宣傳工作亦須到位，帶動地區經濟。

九龍城城南道的「貴嶼仔和記隆」的潮州糖餅製作被列入香港非物質文化遺產清單，該店員工華哥指現為暑假旅遊旺季，有旅客專程到訪，體育園的大型賽事及演唱會雖令生意有增幅，但影響不太大，或與交通配套有關，不少球迷或歌迷在比賽或演出結束後多搭港鐵往其他地區，形容人潮「很容易散開」。

他指每年潑水節期間吸引很多市民和旅客專程前來，但體育園觀眾群較少「跨過馬路」步入社區，冀政府在大型演出或賽事期間在九龍城區舉辦更多配套活動，「帶旺個場」。

老字號潮式糖水舖「合成糖水」負責人方先生則表示，體育園的多項大型活動會令區內人流增加，糖水舖生意額會較平日增加一半以上，但單一商戶的吸引力並不足夠，建議政府積極策劃地區節慶活動，若能協調體育園、周邊商戶與運輸配套，將活動串聯成「半日遊」行程，可為舊區注入更持續的經濟活力。

九龍城區議員吳奮金指出，交通配套是成功關鍵，他曾建議開設穿梭巴士由體育園直達九龍城，方便觀眾散場後到區內消費，配合宣傳，並認同應增設指示牌，標明由體育園步行至九龍城的時間。

他認為「票尾優惠」可擴展至更多地區，每年潑水節共同推動「票尾優惠」，且與夜經濟結合，因疫後消夜文化消失，不利吸引遊客，「票尾經濟」正好填補晚間消費空白，演唱會或足球賽結束後觀眾要用膳，正是推動夜經濟的良機。



●「合成糖水」負責人方先生，香港文匯報記者萬霜靈 攝

貓展周末人潮如鯽

本土品牌靠服務拓市



●昨日「香港貓迷博覽會2026」現場人潮如鯽。
香港文匯報記者涂穴 攝

香港文匯報訊（記者 朱欣欣）「香港貓迷博覽會2026」迎來首個周末，現場人潮如鯽，而今屆除有世界各地的品牌參展外，亦吸引香港本地品牌銷售其產品，以在寵物市場中佔有份額。當中有本土品牌推出凍乾主食和零食，而多家參展品牌負責人表示，現時飼主的消費觀念顯著升級，更願為高營養與高安全性的產品買單，貓展已成為本土品牌曝光與拓展市場的重要平台。

周末到貓展的人流較前日首日更多，灣仔會展新翼的會場入口擠滿進場市民，不少市民帶同愛貓到場選購各類寵物食糧和商品。展會有不少商品如貓糧等來自世界各地的品牌，但亦有本地品牌推銷其商品。

香港的凍乾生肉貓糧品牌Ding Ding Meow今年是第三度參展，負責人Kennis對香港文匯報表示，其品牌八年前以鮮食起家，初期在港設有工廠及合資格食品廚房，其後研究發現生肉營養更高，但純生肉處理不便有衛生風險，遂全線轉型為香港製造的凍乾主食肉糧。現有雞肉鰵魚及鴨肉兩款口味，均添加後生元益生菌，全天然製作，無防腐劑、人工調味及味精，保存期約18個月。

推「不愛吃包退」吸客

品牌最具競爭力的賣點是業界少見的「不愛吃包退」服務。每包附贈試吃包，消費者可於七天內先試食，若貓咪不接受且原裝未拆封，即可全額退款，運費由品牌承擔。去年香港寵物節展期僅有一宗退貨，今屆展會期間推出多買多送優惠，買兩包



●顧客帶同愛貓入場打卡體驗。
香港文匯報記者涂穴 攝

送贈品、四包加送貓梳、六包多送一包並附托特袋、買十包贈兩包。

Kennis指，展前一日大雨仍有顧客帶貓到場，首日人潮與去年相若，目標營業額較往年增長約三成，約半數參觀者是首次認識其品牌，試吃後多會購買。他指出，香港養貓人口上升，飼主不再只求填飽肚子，而是主動研究營養、按品種選擇，對品質要求愈來愈高。

另一本土凍乾貓零食品牌M&P KINGDOM今年亦是連續第三年參展。創辦人李先生表示，品牌2023年成立，源於自家的緬因貓患有發炎性腸病(IBD)，改餵生肉後狀況改善，遂研發凍乾零食，而初期只給親友試食，靠口碑發展。

他指其展攤主推一直是銷售冠軍的紅蝦凍乾，經常開攤即售罄，今屆同時推出全新加拿大龍蝦尾及其他口味如袋鼠肉、兔肉、魷魚及刺身帆貝等，全部採用人食用等級刺身食材。展場優惠為指定三款買二送一，其餘買四送一。他坦言期望貨品早點售罄，以提早回家陪毛孩，部分線上熟客會到場大量囤貨。

台灣品牌Auskommen第二度來港參展，主推產品為純牛皮貓用胸背帶及外出袋。負責人張老闆表示品牌成立五年，近兩年拓展香港市場，並在葵興設展示間，將軍澳亦有代售點。今屆新推恐龍造型掛飾搭配外出袋，銷售速度快，部分款式已斷貨，首天下雨但業績優於去年同期，顧客單次購買量明顯上升，現時飼主更願選購功能性強的外出用品。



●台灣品牌Auskommen負責人張老闆表示，今年顧客購買慾激增。
香港文匯報記者涂穴 攝



●本土零食品牌M&P KINGDOM已是連續第三年參展。
香港文匯報記者涂穴 攝

貓迷講寵物經濟

「我專程到貓展想囤一囤貓咪糧食同用品，家裏養咗四隻貓，預算大概幾千蚊，主要係買貓糧同貓罐頭。我本身唔會帶貓咪出街，但香港呢幾年大力發展寵物經濟，好多活動都鼓勵帶貓出門，所以對我影響幾大，開始會想帶佢哋出門行吓。」

「專程帶兩隻貓嚟貓展，想買貓糧同零食，預算千幾蚊，有特別指定要買乜，見到凍乾或其他鍾意嘅用品就考慮入手。近幾年香港發展寵物經濟，覺得呢個市場發展得愈嚟愈成熟，好多人都願為貓咪花錢，市面上產品亦愈嚟愈多元化，希望未來見到更多有創意、本土特色或者注重毛孩心理健康嘅新品牌進駐。」



●李小姐



●Callie

「我第一次到貓展，去年領養貓，平時已習慣帶出街，預算一兩千，昨日先買貓玩具同各款凍乾零食，今日想再補凍乾。呢幾年香港大力推動寵物經濟，帶貓出街確實方便好多，今屆貓展品牌比以前多，多咗好多台灣品牌，香港本土自創品牌都愈嚟愈多。」